Tweede Kamer der Staten-Generaal

2

Vergaderjaar 2016–2017

Aanhangsel van de Handelingen

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

87

Vragen van de leden **Jacobi** en **Monasch** (beiden PvdA) aan de Minister van Economische Zaken over *het bericht «Modewinkelier staat voor het blok»* (ingezonden 13 juni 2016).

Antwoord van Minister **Kamp** (Economische Zaken) (ontvangen 3 oktober 2016)

Vraag 1
Hebt u kennisgenomen van het bericht «Modewinkelier staat voor het blok»?[1]

Antwoord 1
Ja.

Vraag 2 en 3
Deelt u de mening van de journalist van dit bericht dat de modewinkelier voor het blok staat?
Hoe oordeelt u over dit type aanbod van verkoopplatforms met commissiemodellen, zoals Zalando, voor winkeliers?

Antwoord 2 en 3
In december 2015 heb ik uw Kamer de brief «Werken aan toekomstbestendige wetgeving: digitale platforms en de deeleconomie, waaronder particuliere verhuur aan toeristen» (Kamerstukken 2015–2016, 33 009, nr. 12) gestuurd. Deze brief en de toelichting op deze brief bevatten het kabinetsstandpunt over platforms. Zoals in deze brief is aangegeven, bieden platforms zoals Zalando kansen voor zowel ondernemers als consumenten. Een platform brengt de vraag van consumenten en het aanbod van ondernemers samen. Een ondernemer, zoals een modewinkelier, kan zijn product via één of meer platforms aanbieden en daarmee proberen een groter publiek te bereiken dan via andere distributiekanalen, zoals de eigen website of een fysieke winkel. Hierdoor kan hij zijn omzet verhogen. Consumenten krijgen via platforms toegang tot een groot en divers aantal producten. Platforms maken het voor consumenten bovendien gemakkelijker om producten te vergelijken. Daarnaast kunnen platforms zorgen voor meer concurrentie tussen ondernemers die hun product op een platform aanbieden, wat tot voordelen voor de consument leidt.

[1] http://fd.nl/ondernemen/1153786/modewinkelier-staat-voor-het-blok

ah-tk-20162017-87
ISSN 0921 - 7398
’s-Gravenhage 2016

Eén van de modellen die een platform kan gebruiken om inkomsten te vergaren uit de dienst die het aan ondernemers en consumenten levert, is dat ze commissie aan ondernemers vragen voor elk product dat zij via een platform verkopen. Deze commissie kan worden gezien als de prijs die een ondernemer betaalt voor het kunnen aanbieden van zijn dienst via een platform. Het is aan een ondernemer zelf om te bepalen of hij gebruik wil maken van een specifiek platform als verkoopkanaal, of dat hij zijn product via een ander platform of een ander verkoopkanaal, zoals de eigen website, wil aanbieden. Een ondernemer dient zelf de afweging te maken tussen de prijs die hij voor het gebruiken van een platform moet betalen (de commissie) en de voordelen die hij geniet door een groter publiek te bereiken.

Vraag 4
Een ander verkoopplatform, Amazon, heeft net zijn prijzen voor het feestdagenseizoen verdubbeld; kan dezelfde situatie in Nederland ontstaan, waarbij winkeliers geconfronteerd worden met een prijsverhoging vlak voor de feestdagen? Zo ja, wat betekent dit voor het concurrentievermogen van winkeliers?

Antwoord 4
Bij de beantwoording van deze vraag ga ik ervan uit dat met de prijsverhoging een verhoging van de commissie die een platform aan ondernemers rekent wordt bedoeld. Zoals bij de beantwoording van vraag 2 en 3 is aangegeven, kan de commissie worden gezien als de prijs die een ondernemer betaalt voor die dienst die een platform levert. Wanneer een platform aantrekkelijker wordt voor ondernemers, bijvoorbeeld omdat meer consumenten tijdens de feestdagen gebruikmaken van het platform en meer ondernemers dan hun product via een platform willen aanbieden, kan dit tot een stijging in de commissie leiden. Het is aan een ondernemer om te beoordelen of de voordelen van het aanbieden van een product via een platform opwegen tegen een hogere commissie. Hierbij kan de ondernemer er zelf voor kiezen om zijn product via een ander platform of via een ander verkoopkanaal aan te bieden.

Vraag 5 en 7
In hoeverre is artikel 24 van de Mededingingswet van toepassing? Wat betekent een dominante marktpositie van Zalando, die kan leiden tot een grote inkoopmacht in de mode- en retailsector? Hoe oordeelt u over deze ontwikkeling?
Bent u van plan om in overleg te gaan met Autoriteit Consument en Markt (ACM) tegen de dominante marktpositie van dit verkoopplatform? Zo ja, welke maatregelen overweegt u? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 5 en 7
Naast de voordelen die platforms kunnen bieden, kunnen platforms ook mededingingsrisico's met zich meebrengen. Deze worden beschreven in de bij de beantwoording van vraag 2 en 3 genoemde brief over digitale platforms en de deeleconomie. Platforms kunnen een economische machtspositie verkrijgen. Het hebben van een economische machtspositie is niet verboden. Deze positie kan namelijk ook het gevolg zijn van succesvolle investeringen en innovatie. Tegelijkertijd ontstaat wel het risico dat platforms een economische machtspositie misbruiken. Er zou bijvoorbeeld sprake kunnen zijn van misbruik wanneer een platform ondernemers die hun product via een platform (willen) aanbieden uitbuit of uitsluit.
Artikel 24 van de Mededingingswet verbiedt misbruik van een economische machtspositie. Dit verbod is van toepassing op ondernemers die goederen of diensten op de markt aanbieden. Dit betekent dat het verbod ook van toepassing is op platforms die aan ondernemers en consumenten een dienst verlenen. De beoordeling of er in een concrete casus sprake is van misbruik van een economische machtspositie, is niet aan mij maar aan de ACM als onafhankelijk toezichthouder. Ondernemers zoals modewinkeliers kunnen een klacht bij de ACM indienen wanneer ze vinden dat een platform zijn economische machtspositie misbruikt.

Vraag 6
Hoe verhoudt dit verkoopplatform zich tot artikel 193a en verder van boek 6 van het Burgerlijk Wetboek? Is hier sprake van oneerlijke handelspraktijken, aangezien de verkoopdata van aangesloten winkeliers bij dit platform terechtkomen? Zo ja, welke bepalingen van die wet betreft het in het bijzonder? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 6
Afdeling 3A van boek 6 van het Burgerlijk Wetboek (BW) over oneerlijke handelspraktijken beschermt consumenten tegen misleiding of agressieve benadering als zij een product kopen of dienst afnemen. Voor een platform zoals Zalando is de afdeling over oneerlijke handelspraktijken van toepassing voor zover het platform fungeert als «handelaar». Hiervan is sprake als een platform handelt in het kader van beroeps- of bedrijfsactiviteiten zoals vermeld in artikel 6:193a, onder b, BW. Het gaat hierbij om de relatie tussen handelaren en consumenten. Uit de bepalingen over oneerlijke handelspraktijken volgen geen verplichtingen voor platforms zoals Zalando in hun relatie met ondernemers zoals modewinkeliers die hun producten via het platform aanbieden.